

Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) Basel

Redaktion: A. Meyer

Verantwortlich für Druck und Herausgabe: Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) Basel

Erscheint wöchentlich - Basel, den 26. Juli 1952 - 52. Jahrgang - Nr. 30

Fortschritt auf schwankendem Grund?

Dem diesjährigen Kongress der französischen Konsumgenossenschaften in Annecy legte Ch. Veverka einen Bericht über die Entwicklung der Verbrauchsgewohnheiten und die Aufgaben der Konsumgenossenschaften vor. Das darin aufgeworfene Problem mag trotz den auf die Verhältnisse in Frankreich abstellenden Voraussetzungen in seiner Art und nach den vom Verfasser daraus gezogenen Folgerungen von weiter reichender Geltung sein.

Die Entwicklung des Verbrauchs

Es mag widersinnig erscheinen, die Geschmacksrichtung der Konsumenten als etwas Einheitliches betrachten zu wollen; wie jeder von uns in andern Dingen sein eigenes persönliches Urteil hat, sollte es auch scheinen, dass er als Konsument sich seinen und seiner Familie Verbrauch nach der ihm zusagenden Art und den ihm zur Verfügung stehenden Mitteln einrichtet.

Aber trotz aller vorausgesetzten Verschiedenheiten lässt sich eine allgemeine Entwicklungsrichtung der Verbrauchergewohnheiten feststellen. Das gesellschaftliche Leben der Zeit drückt jedem von uns seinen Stempel auf und zwingt auch den Eigenwilligsten in seinen allgemeinen Rhythmus. Der Fortschritt der modernen Technik macht darin seinen Einfluss auf jedem einzelnen Gebiete geltend. So kommt es, dass je länger je mehr die Menschen als Teile der Gesellschaft bei aller Verschiedenheit des persönlichen Urteils ihr Eigenleben doch in ähnlicher Weise einrichten und gleichen Gewohnheiten folgen in der Verwendung ihrer Mittel zur Dekkung gleicher Bedürfnisse.

Für die Konsumgenossenschaften, die sich die Bedarfsdeckung ihrer Mitglieder zur Aufgabe gemacht haben, ist es daher von Wichtigkeit, nicht nur die gegenwärtige Geschmacksrichtung und Nachfrage der Konsumenten, sondern dazu die allgemeine Entwicklungslinie der Verbrauchsgewohnheiten, wie sie sich vor unsern Augen abzeichnet, aufmerksam zu beobachten. Unausbleibliche Folgerung dieser Beobachtung muss die Anpassung ihrer Tätigkeit an den Gang dieser Entwicklung sein. So gründlich das Gebiet der Produktion wirtschaftswissenschaftlich bereits bearbeitet wurde, worüber uns statistische Angaben in grosser Zahl zur Verfügung stehen, so wenig ist dies auf dem Gebiete des Verbrauchs der Fall. Erst in den letzten Jahren wurde der Verbrauch Gegenstand wissenschaftlicher Untersuchungen, wie sie gerade für die Konsumgenossenschaften von ganz besonderem Interesse sein müssen.

Für die Entwicklung der Verbrauchsgewohnheiten können die drei folgenden allgemeinen Feststellungen vorweggenommen werden.

1. *Der Gesamtumfang des Verbrauchs nimmt in Frankreich wie in der ganzen Welt zu.*
2. *Mit dem Ansteigen des allgemeinen Lebensstandards nimmt der für Lebensmittel ausgegebene Teil des Einkommens der Konsumenten zugunsten der Aufwendungen für andere Bedarfsgruppen verhältnismässig ab.*
3. *Der Lebensmittelverbrauch verschiebt sich immer mehr von den billigen auf teurere Lebensmittel.*

Der Verfasser belegt diese drei Feststellungen mit statistischen Zahlen über den Verbrauch in Frankreich, deren entsprechende schweizerische Werte wohl da und dort im einzelnen anders aussähen (die Verteilung der Haushaltsausgaben für eine Gruppe von 1077 Haushaltbudgets aus der «Région parisienne» sieht im Durchschnitt 1,6% der Einkünfte für Mieten vor!), aber doch gesamthaft jene im wesentlichen bestätigen dürften.

Die Feststellungen von der Zunahme des Verbrauchsvolumens braucht hier kaum der Stütze beliebig vorhandener statistischer Angaben.

Die Feststellung von der nach Einkommensklassen abgestuften Verschiebung des Verbrauchs von den Lebensmitteln zu andern Verbrauchsgütern spiegelt sich in folgenden Angaben:

Während etwa zur Zeit der Gründung der ersten Konsumgenossenschaften die Ausgaben für Lebensmittel das Haushaltbudget der unteren Einkommensklassen nahezu oder ganz beanspruchten, betrugen sie im Budget eines französischen Handlangers im September 1948: *54%* und im Oktober 1951: *42,3%*. Für den gelernten Arbeiter sind die entsprechenden Zahlen *43,7%* (Sept. 48) und *35,2%* (Okt. 51), für einen Ingenieur *29%* (Sept. 48) und *23,4%* (Okt. 51).

Aus der Zusammenstellung der Zahlen zur Feststellung einer Verschiebung innerhalb des Lebensmittel-

verbrauchs zu den teureren Artikeln ergibt sich aus den Familienbudgets der «Région parisienne» (aus dem Jahre 1946), dass unter den Ausgaben für Lebensmittel 31,3% auf Fleisch, Wurstwaren und Geflügel, 8,1% auf Früchte, 7,3% auf Gemüse, 4,4% auf Fische und Muscheltiere entfallen und dass diese vier Gruppen zusammen also mehr als 50% der Lebensmittelausgaben ausmachen.

Das gegenwärtige Tätigkeitsgebiet der Konsumgenossenschaften

Diesen Feststellungen über die Verbrauchergewohnheiten gegenüber stellt der Verfasser die prozentual nach Warengruppen gegliederten Umsätze einer Gruppe von Konsumgenossenschaften, die sich über das ganze Land verteilen und im Jahre 1950 zusammen einen Totalumsatz von 19,5 Milliarden Franken oder 30% des Gesamtumsatzes aller französischen Konsumgenossenschaften erreichten:

Mercerie und Haushaltwaren	9%
Spezereien	55%
Weine	27%
Verderbliche Lebensmittel (Gemüse, Früchte, Fische)	5%
Fleisch- und Wurstwaren	4%
Verschiedenes	—
	100%

In Verbindung mit den drei vorangegangenen Feststellungen über die Entwicklung des Verbrauchs, geben diese Zahlen über die Anteile der Warengruppen am Umsatz der Konsumgenossenschaften dem Verfasser Anlass zu folgenden Gegenüberstellungen:

Der Umsatz der französischen Konsumgenossenschaften an andern Artikeln als Lebensmitteln beträgt 9%, während der Konsument mehr als 60% seines Haushaltbudgets nicht für Lebensmittel ausgibt, wovon 35% allein für Bekleidungs-, Wäsche- und Haushaltartikel.

Von den Ausgaben der Konsumenten für Lebensmittel entfallen auf Fleisch- und Wurstwaren 31% und auf Früchte, Gemüse und Fische 20%. In der Umsatzstatistik der Konsumgenossenschaften machen diese beiden Gruppen innerhalb der Umsätze an Lebensmitteln zusammen ungefähr 9% aus.

Ch. Veverka ermahnt die französischen Konsumgenossenschaften, ob ihrer erfreulich steigenden Umsätze nicht zu vergessen, dass in dieser Gegenüberstellung eine gewisse Gefahr zum Ausdruck kommt. Diejenige nämlich, dass die Konsumgenossenschaften zwar auf einem bestimmten Teilgebiet der Bedarfsdeckung für eine zunehmende Zahl von Mitgliedern an Boden gewinnen, dass aber dieses Teilgebiet innerhalb des ganzen Verbrauchsvolumens anteilmässig an Bedeutung fortschreitend verliert.

Die Aufgabe der Konsumgenossenschaften

Da nun die Versorgung der Mitglieder mit den Gütern des Bedarfs und nicht etwa nur mit Lebensmitteln oder gar nur bestimmten Lebensmitteln die Aufgabe der Konsumgenossenschaften ist, ergibt sich für den Verfasser die Folgerung, dass die französischen Konsumgenossenschaften sich darauf einstellen müssen, einmal ihren Lebensmittelumsatz auf dem Gebiete der Vermittlung von Früchten, Gemüsen, Fischen und Fleisch zu fördern und sich sodann der Vermittlung anderer Bedarfsgüter wie etwa Bekleidungs-, Wäsche- und Haushaltartikel in steigendem Masse zuzuwenden.

Es wäre allerdings ein Irrtum, zu glauben, dass eine aus solchen Feststellungen sich als notwendig erweisende Umstellung damit vollzogen werden könnte, dass man dem Sortiment der bisher vermittelten Produkte ein paar neue Artikel beifügt. Die Verschiebung der Verbrauchergewohnheiten vollzieht sich nämlich in Verbindung mit der Entwicklung in den Vermittlungsmethoden. Beide Erscheinungen sind in Wechselwirkung als Ursache und Folge miteinander verbunden. Der Verfasser erwähnt in diesem Zusammenhang die Verbreitung der Kaufhäuser und besonders auch den Aufschwung der Selbstbedienungsläden, in denen sich Verkaufsmethoden entwickeln, die dem Geschmack und den Anforderungen des Konsumenten immer besser zu entsprechen scheinen.

Es ist auch bezeichnend, zu beobachten, dass der Konsument bei seinen Einkäufen eine deutliche Unterscheidung zwischen den Artikeln des täglichen Bedarfs, die er im allgemeinen in den Läden der Umgebung seines Wohnortes einkauft, und den Artikeln modischer Neuheit oder besonderen Bedarfs macht, die er lieber im Spezialgeschäft kauft, wo die grössere Auswahl und die besonderen Fachkenntnisse des Verkäufers ihm die gute Wahl erleichtern.

Auch die Auswertung dieser Beobachtung legt der Verfasser den französischen Konsumgenossenschaften für ihre künftige Entwicklung nahe. Wahl der Geschäftslage, Ausmass der Läden, Zusammenstellung der Sortimente, Schulung des Verkaufspersonals, Ausbildung neuer Verkaufsmethoden sind auf dem praktischen Gebiet ihre heute dringlichsten Probleme.

Alle diese Probleme müssen und können – trotz allerhand technischen und finanziellen Schwierigkeiten, die die Vermittlung leicht verderblicher oder sich langsam umsetzender Waren mit sich bringt – auch in den französischen Konsumgenossenschaften gelöst werden im Geiste der Dienstleistung am Konsumenten, wie er ihnen von Anfang an zugrunde lag, wobei die Erreichung grösstmöglicher Leistungsfähigkeit das Mittel zum Zweck darstellt. Für die aus der Entwicklung der Verbrauchsgewohnheiten sowohl in bezug auf die Nachfrage wie auch in bezug auf die Methoden der Vermittlung zu ziehenden Folgerungen stehen den Konsumgenossenschaften die materiellen und technischen Mittel wie die menschlichen Kräfte zur Verfügung, um in ihren Bemühungen um die wirtschaftliche Unabhängigkeit des Konsumenten einen Schritt weiter zu machen.

Diese Folgerungen nicht zu ziehen, wäre nach der Meinung des Verfassers gleichbedeutend mit der freiwilligen Inkaufnahme eines fortschreitenden Verlustes an wirtschaftlichem Einfluss für die Genossenschaftsbewegung.

Die vorliegenden Betrachtungen wären ungerecht und mangelhaft, wenn nicht auch darauf hingewiesen würde, dass in vielen französischen Konsumgenossenschaften gerade auf dem Gebiet der Vermittlung von andern Waren als Lebensmitteln in teilweise oder ganz spezialisierten Verkaufsstellen schon beachtliche Leistungen vollbracht wurden. Diese Leistungen sind nicht nur an sich, sondern durch die damit gemachten Erfahrungen für die Gesamtheit der französischen Konsumgenossenschaften von besonderem Wert.

Ch. Veverka empfiehlt den französischen Konsumgenossenschaften als ein Gebot der Stunde, in Auswertung der bereits gemachten Erfahrungen, unter höchster Anstrengung ihrer kundigsten Fachleute und mit vollem Einsatz der ihnen zur Verfügung stehenden Mittel im Ausbau und in der Technik der genossenschaftlichen Warenvermittlung mit der Entwicklung der Verbrauchergewohnheiten Schritt zu halten. Je mehr und je besser sie das tun, desto mehr handeln sie im Geist ihrer Grundsätze und desto besser wird den Mitgliedern ihre Funktion als Organisationen der gemeinsamen wirtschaftlichen Selbsthilfe des Konsumenten bewusst.

Décharge im schweizerischen Genossenschaftsrecht

Ein Bundesgerichtsurteil

Seit Jahren betrieb die im Handelsregister eingetragene Genossenschaft «Associazium de producents de latgiras» in Mustèr (Disentis) eine Molkerei. Die Genossenschaft bezweckt insbesondere Verwertung der von ihren Mitgliedern eingebrachten Milch und Versorgung der Konsumenten. Gewinn wird keiner beabsichtigt. Als Organe bestehen laut Statuten: Die Generalversammlung, der Verwaltungsrat, die Revisoren. Der Vorstand besteht aus dem Präsidenten, dem Aktuar und dem Kassier. Die Genossenschaft war nun genötigt, gegen ihren Kassier B. wegen Nachteilen, die aus seiner Geschäftsführung entstanden waren, Klage auf Leistung von Schadenersatz in der Höhe von 17000 Franken anzustrengen.

Während das Kantonsgericht von Graubünden die Klage abgewiesen hatte, schützte das *Bundesgericht* die von der Genossenschaft eingelegte Berufung in dem Sinne, dass es den Fall zur Neubeurteilung an die Vorinstanz zurückgewiesen hat. Aus der Begründung des Urteils interessiert vor allem die Belehrung über die richtige Anwendung verschiedener grundsätzlicher Gesetzesvorschriften aus dem *Genossenschaftsrecht*, die wir so kurz gefasst als möglich hier wiedergeben:

Die kantonale Instanz hatte die Schadenersatzforderung mit der Begründung abgelehnt, es sei dem Beklagten für die heute beanstandeten Geschäftsabschlüsse von der Generalversammlung Entlastung (Décharge) erteilt worden. Entlastungsbeschlüsse aber können sich nur auf Tatsachen beziehen, die der Generalversammlung bei der Beschlussfassung bekannt sind. Die Grundsätze der Entlastung sind im Genossenschaftsrecht, vorbehältlich seiner Besonderheiten, die gleichen wie im Aktienrecht. Eine *ausdrückliche* Entlastung der Verwaltung hat im vorliegenden Falle aber nicht stattgefunden und die Überlegung, mit der Genehmigung der Jahresrechnungen sei auch ohne weiteres Décharge erteilt, ist nicht stichhaltig. Wohl ist in der Regel in der vorbehaltslosen Genehmigung von Geschäftsbericht und Rechnung auch die Genehmigung der Geschäftsführung der Verwaltungsorgane enthalten, dies aber unter der wichtigen Einschränkung: «insoweit dieselbe aus den der Generalversammlung gemachten Vorlagen ersichtlich ist» (vgl. BGE 34 S. 502, 14 S. 704). Daneben kann die Entlastung zwar erteilt, die Genehmigung der Jahresrechnung und Bilanz aber verweigert werden oder auch Bilanz und Rechnung genehmigt, aber die Entlastung verweigert oder aufgeschoben, oder Schadenersatzanspruch vorbehalten werden.

Der Entlastungsbeschluss ist also nicht nur der Anfechtung wegen Irrtums und absichtlicher Täuschung unterworfen (BGE 65 II S. 14 ff.), sondern die Déchargeerklärung erstreckt sich in Wirklichkeit nur so weit, als die Geschäftsführung aus den der Generalversammlung gemachten Vorlagen «erkennbar» ist, dagegen keineswegs auf Pflichtverletzungen, welche sich aus jenen Vorlagen nicht ergeben und auch nicht auf das, worauf zwar die Bilanz beruht, was aber an der Generalversammlung nicht zur Sprache gebracht worden ist. In diesem Sinne ist die Wirkungslosigkeit des Entlastungsbeschlusses nicht nur im Falle irreführender Vorlagen gegeben, und es bleiben Schadenersatzansprüche «aus Handlungen des Vorstandes, die in der Vorlage nicht zum Ausdruck gekommen sind», sogar trotz der Entlastung bestehen.

Es ist daher zu untersuchen, welche Kenntnis vom Tatbestand, welcher den Gegenstand der Schadenersatzklage bildet, die Generalversammlung besass, was im vorliegenden Fall durch die kantonale Instanz unterlassen wurde. Nach den Feststellungen des Gerichtsexperten hatte nämlich die Generalversammlung vom Ausmass der Milchausfälle, die den Gegenstand der Klage bilden, keine Kenntnis. Auf die Kenntnis der Generalversammlung aber kommt es an, nicht auf das Kennen oder Kennensollen der Revisoren (BGE 65 II S. 11 ff.). Da aber der kantonale Entscheid zu Unrecht gerade letzteres als entscheidend betrachtet hatte, stand er in Widerspruch zum Bundesrecht und wurde deshalb vom Bundesgericht aufgehoben. Dr. C. Kr.



Die Zahlenreihen im «Barometer der Wirtschaft»

I.

Unser «Barometer der Wirtschaft» berichtet nun schon seit einiger Zeit über die laufende Entwicklung der schweizerischen Volkswirtschaft von Monat zu Monat. Dabei wird bei gegebenem Anlass sowohl auf die Eigenart und Besonderheit der jeweiligen wirtschafts-statistischen Serien hingewiesen und ausserdem Bezug genommen auf vorangegangene Perioden, die nicht mehr in den drei Jahresreihen bzw. in den sechs Monatsreihen des Barometers aufgeführt werden. Zu einem eingehenderen Verständnis sollen nun in der heute beginnenden Artikelserie die wichtigsten Zahlenreihen systematisch besprochen werden. Dabei soll auf das Wesen dieser Statistiken eingegangen wie auch die jeweiligen Zahlen für die Nachkriegszeit präsentiert werden. Graphiken sollen den Ablauf veranschaulichen. Die Leser, die sich diese Berichte aufbewahren, vermögen dann mittels dieser Dokumentation auch selbst die sie interessierenden Vergleiche zu ziehen*.

Die Kosten der Lebenshaltung

Es liegt nahe, von allen Wirtschaftszahlen mit den Konsumentenpreisen zu beginnen. (Vgl. den Abschnitt *Preisindexziffern* im erwähnten Statistischen Jahrbuch 1950, SS. 313–318.) Der Landesindex der Lebenshaltungskosten ist seit langem eine besonders bekannte und beachtete Zahlenreihe. Dieses Messinstrument soll seiner Anlage nach die Preisentwicklung auf der Ebene des Konsums registrieren und damit auch indirekt ausdrücken, was der Franken des Konsumenten wert ist.

Die Kosten der Lebenshaltung werden vom Bundesamt für Industrie, Gewerbe und Arbeit (abgekürzt BIGA) für eine Periode von nunmehr über drei Jahrzehnten oder wenn man will, von fast vierzig Jahren berechnet. Die erste Version dieses Indexes (im populären Sinne handelt es sich um *den* Index par excellence) begann mit den Daten für Januar 1921, wobei der Stand der Preise im Juni 1914 = 100 gesetzt war. Das war also die Zeit nach dem ersten Weltkrieg.

Anfangs 1921 erreichte der Lebenskostenindex ein Niveau von 216 gegenüber 100 Anno 1914. Das war nun merkwürdigerweise praktisch die gleiche Ziffer wie im Januar 1950, für den sich ein Indexstand von 218 ergab (gleichfalls Juni 1914 = 100). Nach drei Jahrzehnten waren die Schweizer Konsumenten also wieder so weit wie schon einmal... Dass bereits nach dem ersten Weltkrieg das Interesse an der Messung der Preisentwicklung recht rege war, weist darauf hin, dass *der Verbraucher naturgemäss in Perioden der Teuerung preis- und indexbewusst wird.* Diese Erscheinung wiederholte sich denn auch im zweiten Weltkrieg. Wobei zu bemerken ist, dass 1939 bis 1945 die Preise weit besser und wirksamer im Zaume gehalten werden konnten als 1914 bis 1918. Immerhin hatten nicht nur Behörden, sondern auch Verbraucher einiges dazugelernt. Daher machte sich eine durchaus gesunde, wenn auch keineswegs immer stichhaltige Kritik am Index der Lebenshaltungskosten bemerkbar. Nebenbei gesagt, war das auch in anderen Ländern mit geradezu langweiliger Gleichförmigkeit der Fall. Diese sogenannte Indexkritik führte zu einer gründlichen Überprüfung und Überholung des bis anhin verwendeten Indexes.

Der gegenüber der Zeit vor dem ersten Weltkrieg grundlegend veränderte Verbrauch wurde in jeder Hinsicht berücksichtigt. Bisher nicht einbezogene Bedarfsgruppen wurden nunmehr in Rechnung gestellt, nämlich der Aufwand für Reinigung sowie für Verschiedenes (zusätzlich zu den vier «alten» Verbrauchsgruppen Ernährung, Heizung-Beleuchtung, Bekleidung sowie Miete). Diese sechs Untergruppen werden seither mit dem folgenden Gewicht berechnet:

1. Nahrungsmittel	40
2. Heizung, Beleuchtung . .	7
3. Bekleidung	15
4. Miete	20
5. Reinigung	3
6. Verschiedenes	15
Gesamtindex	100

Allerdings erfassen auch diese sechs Bedarfsgruppen noch nicht den ganzen Verbrauch. Rund ein Viertel des durchschnittlichen Gesamtkonsums bleibt ausserhalb selbst des neuen Verbrauchsschemas, während jene sechs Bedarfsgruppen rund drei Vierteln des gesamten Normalverbrauchs entsprechen. Schliesslich wurde auch innerhalb der einzelnen Bedarfsgruppen die Anzahl der einbezogenen Waren bzw. Dienstleistungen erhöht.

Das Ergebnis dieser Revision des alten und der Neuberechnung des

LANDESINDEX DER KOSTEN DER LEBENSHALTUNG

August 1939 = 100

Totalindex

Monatsende	*1946*	*1947*	*1948*	*1949*	*1950*	*1951*	*1952*
Janaur	151	155	163	163	159	162	171
Februar	150	155	163	163	158	163	171
März	149	155	162	162	158	163	171
April	149	155	162	161	158	165	170
Mai	150	158	163	161	158	166	171
Juni	151	159	163	162	158	166	171
Juli	151	159	163	161	158	167	–
August	151	159	162	161	159	168	–
September	151	159	163	162	160	169	–
Oktober	154	162	163	161	161	170	–
November	154	163	165	161	161	171	–
Dezember	155	163	164	161	161	171	–
Jahresmittel	151	158	163	162	159	167	–

* Für weiteres Zahlenmaterial für vorangegangene Zeitabschnitte sei vor allem auf das Statistische Jahrbuch der Schweiz, neuester Jahrgang 1950, verwiesen. Verlag Birkhäuser, Fr. 13.75. Dieser Band sei dem interessierten Leser nachdrücklich empfohlen. Wir werden immer wieder auf das in ihm enthaltene Material zurückkommen.

umgestalteten Indexes der Verbraucherpreise war durchaus eindeutig und einwandfrei; aber es war auch ein wenig «enttäuschend» – wenigstens für diejenigen, die davon ausgingen, der bisherige Index sei veraltet und unzuverlässig gewesen. Der alte Index wurde bis März 1950 weitergeführt, der neue und seither verwendete Index begann mit April 1950. Doch wurde zu Vergleichszwecken und um den Übergang zu veranschaulichen, auch die Ziffer pro März 1950 noch einmal auf Grund des revidierten Indexschemas berechnet:

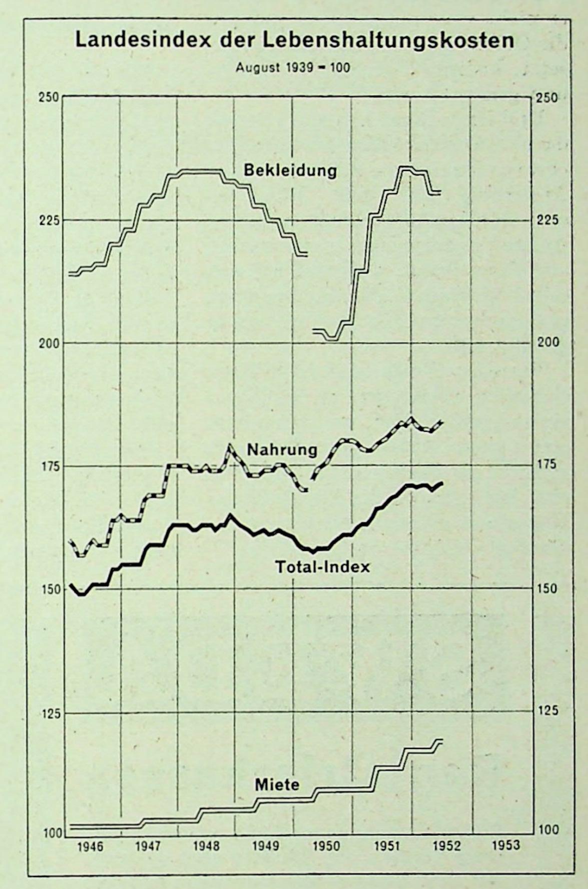
März 1950, alte Grundlage . . .	158,0
März 1950, neue Grundlage . . .	158,1

Diese Zahlen sprechen für sich selbst. Sie sind praktisch identisch. Der Unterschied beträgt weniger als zwei Drittel eines Zehntelprozents. Man wäre also leicht geneigt zu meinen, die Berge hätten gekreisst und geboren worden wäre ein kleines Mäuslein... Mitnichten! Wohl ist der faktische Unterschied minim. Doch ist die Qualität des umgebauten Messwerkzeugs wesentlich verbessert. Gewiss war zum Zeitpunkt der Revision selbst das alte Messinstrument gar nicht so schlecht; eigentlich noch durchaus zureichend; aber es ist möglich, dass es später einmal unter veränderten Bedingungen nicht mehr genügt haben würde, während man annehmen kann, das jetzt geltende Indexschema werde auch dann seinen Dienst zuverlässig verrichten. Überdies ist der neue Index vor allem für die Untergruppen jetzt schon zweckentsprechender. Man vergesse jedoch nicht, es handelt sich um verschiedenartige Indexreihen. Genau genommen hört die eine Serie im März 1950 auf, während die neue mit April 1950 beginnt.

Und schliesslich ist die Ausgangsbasis ausgewechselt worden. Der alte Index bezog sich, wie bereits erwähnt, auf den Basisstand im Juni 1914 = 100. Seit dem letzten Krieg wurden diese Zahlen jeweilen auf August 1939 = 100 umgerechnet; beide wurden zusammen veröffentlicht. Den Benutzer des Index interessierte verständlicherweise vor allem der Bezug auf das jüngere Datum; er wollte wissen, um wieviel Prozent sich die Preise gegenüber Kriegsbeginn verändert haben. Die alte Basis von 1914 hatte ohnehin nur noch dokumentarischen Wert. Der neue Index trägt diesem Umstand Rechnung, lässt daher die Basis 1914 fallen und bezieht sich nur noch, und zwar direkt, auf August 1939. Bis zur nächsten Änderung... (Natürlich können gewünschte Umrechnungen zu Vergleichszwecken auf Juni 1914 = 100 mit annähernder Genauigkeit vorgenommen werden; doch das nur nebenbei.)

Die Entwicklung der Verbraucherpreise in der gegenwärtigen Nachkriegsperiode ist aus der mitfolgenden *Tabelle* zu ersehen. Wir haben den Einschnitt zwischen altem und neuem Index besonders hervorgehoben. Die jeweiligen Zahlen der einzelnen Monate sind *ohne* Stelle nach dem Komma angeführt. Also beispielsweise je 171 sowohl im Mai wie Juni 1952, obwohl die «genaueren» Ziffern 170,8 und 171,3 wären. Wir meinen jedoch, dass es sich dann um eine wohl rechnerisch korrektere, jedoch praktisch kaum richtigere Zahl handelt. Überdies sind ganze Zahlen übersichtlicher, und sie vermeiden zudem den Eindruck einer Genauigkeit oder einer Veränderung, die so exakt zu erfassen gar nicht möglich scheint.

Noch deutlicher als die Tabelle ist die *graphische Darstellung* der Preisentwicklung seit dem Kriege. Die Hauptlinie für die Gesamtkosten der Lebenshaltung entspricht den Zahlen der Tabelle. Darüber hinaus sind in der Graphik auch die wichtigsten Verbrauchsgruppen



eingezeichnet. Der Gesamtindex stellt sich als durchgehende Linie dar. Demgegenüber ist bei den Kosten der Ernährung und bei der Bekleidung der Unterbruch beim Übergang zum neuen Index ersichtlich. Diese Zeichnung veranschaulicht überdies, dass die Indexziffer für Miete nur periodisch (früher jährlich, jetzt alle halben Jahre) erhoben und berechnet wird; daher sind allfällige Änderungen verhältnismässig abrupt, sie erscheinen also stärker als sie real sind. Daran sollte man denken, wenn eine Monatszahl des Gesamtindex jeweilen eine periodisch neue Ziffer für die Miete enthält (wie letzthin im Mai 1952).

Die Tabelle und besonders die Graphik illustrieren die Preisentwicklung der letzten Jahre. Die monatlichen Änderungen der Konsumentenpreise werden jeweilen im «Barometer der Wirtschaft» angeführt und gewürdigt. Es sei daher, und damit sind wir wieder am Ausgangspunkt unserer Besprechung, auf diesen Monatskommentar verwiesen.

Economist

Ulrich Kern trägt schwer an seiner Last. Hätte ihm doch Direktor Steinmann nur so richtig den «Kopf gewaschen», dann hätte er jetzt einen guten Grund, sich aufzulehnen. Aber so, mit diesem Auftrag, selbst einmal richtige Vorschläge zu machen, fühlt er sich wirklich nicht wohl.

Die ersten zwei, drei Tage spricht er nicht viel; um so mehr spitzt er die Ohren. Was da nicht alles ausgesetzt, kritisiert, geklagt, reklamiert und genörgelt wird!

Und eines Tages kommt er gerade dazu, wie sogar Max Sommer, der «brave» Magaziner, sich wegen einer Anweisung aus dem Büro beschwert. Man hatte ihm irgend einen Auftrag gegeben, den er nur schwer ausführen kann, während er, sich selbst überlassen, die Angelegenheit ganz anders und natürlich viel besser erledigt hätte.

Vor einer Woche noch hätte Kern sicherlich eingestimmt in des Magaziners garstig Lied, er hätte darin einen guten Anlass gefunden, noch mehr Öl ins Feuer zu schütten. Nun aber hörte er sich die Einwände des Magaziners geradezu ruhig an und – überlegte sich die Sache.

Genossenschaft
ALLWAR

Wie sie sich später in der Versandabteilung wieder treffen, bemerkte Kern zu seinem Arbeitskollegen: «Warum regst du dich denn so auf? Schlage doch der Direktion deine Meinung vor; der Steinmann scheint ja nur auf gute Ideen und Vorschläge zu warten, um seinen Laden in Ordnung zu bringen!»

Jetzt ist es an Sommer, erstaunt zu sein. Was, ausgerechnet der Kern ist dafür, dass man Vorschläge machen, dass man aus eigenem Antrieb Verbesserungen im Betrieb suchen soll? Das soll verstehen, wer kann!

Dies ist nicht das einzige dieser Begebnisse. Noch mehrmals im Laufe der Woche hat Ulrich Kern Gelegenheit, seine Meinungsänderung zum Ausdruck zu bringen.

Selbstverständlich ist er noch immer der Ansicht, dass «die im Büro rechte Tagediebe» seien. Aber – so überlegt er sich – die können schliesslich nichts dafür, dass sie nichts von der Sache verstehen; es ist nun an uns, ihnen den rechten Weg zu zeigen. Und Direktor Steinmann tut wenigstens so, als ob er Verständnis für die unmassgebliche Meinung seiner Leute hätte.



So gleichsam geistig vorbereitet, meldet sich Ulrich Kern nach etwa einer Woche bei Direktor Steinmann. Aha, der wird ja staunen, wie übel bis jetzt in seinem Betrieb «gehaust» wurde ...! Gy.

Landwirtschaftsgesetz

Die Mitglieder der beratenden Kommission

sbp. Gemäss Artikel 3 des Landwirtschaftsgesetzes bestellt der Bundesrat eine ständige beratende Kommission von 15 Mitgliedern, mit der Aufgabe, sich über die landwirtschaftlichen Fragen im Zusammenhang mit der Gesamtwirtschaft auszusprechen. Dieser Kommission sind die zum Vollzug dieses Gesetzes erforderlichen Verordnungen und Massnahmen von allgemeiner Bedeutung vor ihrem Erlass zur Begutachtung zu unterbreiten. In der Kommission sind den Hauptgruppen der schweizerischen Wirtschaft und den Konsumenten angemessene Vertretungen einzuräumen.

Diese Kommission hat der Bundesrat nun bestellt in folgender Zusammensetzung:

Präsident:

Ständerat Jean-Louis Barrelet, Staatsrat, Neuenburg, Vizepräsident der Konferenz der kantonalen Landwirtschaftsdirektoren.

Mitglieder:

Dr. W. Adam, I. Sekretär der Vereinigung des schweizerischen Import- und Grosshandels, Basel

Mlle Henriette Cartier, Abteilungsleiterin der Geschäftsstelle des Bundes schweizerischer Frauenvereine, Zürich

Nationalrat Chr. Clavadetscher, Präsident des Schweizerischen Schlachtviehproduzentenverbandes, Dagmersellen

Ständerat Ludwig Danioth, Regierungsrat, Landwirt, Andermatt, Mitglied des Vorstandes der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft der Bergbauern (SAB)

Nationalrat Ernst Herzog, Präsident der Direktion des Verbandes schweizerischer Konsumvereine, Basel

Dr. E. Geyer, Sekretär des Vorortes des Schweizerischen Handels- und Industrievereins, Zürich

Nationalrat Dr. Paul Gysler, Ehrenpräsident des Schweizerischen Gewerbeverbandes, Zürich

Nationalrat Hermann Leuenberger, Zentralsekretär des Verbandes der Handels-, Transport- und Lebensmittelarbeiter, Zürich

Dr. E. Jaggi, Direktor des Schweizerischen Bauernverbandes, Brugg

Bernhard Marty, Präsident der Vereinigung schweizerischer Angestelltenverbände, Zürich

Nationalrat Rudolf Reichling, Präsident des Schweizerischen Bauernverbandes, Stäfa

Heinrich Rengel, Direktor des Migros-Genossenschaftsbundes, Zürich

W. Sollberger, Geschäftsführer des Zentralverbandes schweizerischer Milchproduzenten, Bern

Frédéric Tissot, Clinique Les Frênes, Leysin.

Unter den 15 bezeichneten Stellvertretern ist für den V.S.K. **Direktor H. Rudin.**

Experten:

Dr. R. Gallay, Direktor der Eidg. Landwirtschaftlichen Versuchsanstalten, Lausanne

Professor Dr. F. Marbach, Bern

Prof. Dr. W. Pauli, Bern.

Aus unserer Bewegung

Umsätze

	1949/50	1950/51	
Stabio	764 100.—	810 900.—	+ 6,1%

	1950	1951	
Besazio	112 900.—	114 000.—	+ 0,9%
Broc	1 040 200.—	1 154 000.—	+10,9%
Brusino-Arsizio	70 600.—	80 100.—	+13,4%
Carona	92 500.—	92 00.—	— 0,5%
Cugnasco	719 600.—	724 700.—	+ 0,7%
Erstfeld	2 910 000.—	3 142 000.—	+ 9,9%
Gudo	117 300.—	118 000.—	+ 0,6%
Intragna	107 400.—	114 200.—	+ 6,3%
Locarno	44 200.—	76 000.—	+71,9%
Lodrino	176 100.—	189 900.—	+ 7,8%
Mendrisio	209 000.—	208 700.—	— 0,2%
Monthey	469 700.—	459 700.—	— 2,2%
Neuchâtel	6 007 300.—	6 067 500.—	+ 1 %
Purasca	39 500.—	42 400.—	+ 7,3%
Rivera	404 500.—	399 400.—	— 1,3%
Samaden	304 000.—	295 000.—	— 2,9%
Schnottwil	110 000.—	105 700.—	— 3,9%
Schwanden	1 537 500.—	1 566 000.—	+ 1,8%
St-Maurice	780 700.—	856 700.—	+ 9,7%
Vuadens	284 700.—	290 300.—	+ 1,9%
Zürich	73 423 000.—	77 836 500.—	+ 6 %
Aedermannsdorf	191 900.—	210 200.—	+ 9,5%
Buchs (AG)	458 500.—	473 300.—	+ 3,2%
Chaux-de-Fonds	15 202 700.—	17 276 800.—	+13,6%
Churwalden	181 500.—	176 000.—	— 3 %
Diessbach	365 800.—	378 300.—	+ 3,4%
Fontainemelon S.A.	1 454 700.—	1 628 800.—	+11,9%
Frick	540 500.—	565 700.—	+ 4,6%
Gebenstorf	523 200.—	548 800.—	+ 4,9%
Gränichen	1 722 800.—	1 798 200.—	+ 4,3%
Kandersteg	186 800.—	192 200.—	+ 2,9%
Koppigen	426 700.—	464 900.—	+ 8,9%
Näfels	353 000.—	413 000.—	+17 %
Neuendorf	397 000.—	421 100.—	+ 6,1%
Oberbuchsiten	191 900.—	189 700.—	— 1,2%
Reconvilier	1 159 000.—	1 278 400.—	+10,3%
Schüpfen	343 400.—	388 100.—	+13 %
Spiez	858 200.—	869 000.—	+ 1,2%

Neu- und Umbauten

Bern eröffnet die umgebaute Reformabteilung an der Genfergasse.

Luzern beschliesst einen Lagerhaus-Neubau.

Schaffhausen eröffnet im «Konsum Hagar» seinen ersten Selbstbedienungsladen,

Thun-Steffisburg einen Magazinneubau und

Zofingen zwei neue Verkaufsfilialen.

Mitglieder-Reisen

Altdorf	in die Ostschweiz
Bauma	nach Arosa
Beinwil am See	Neuenburger-/Murtensee-Reise
Dagmersellen	Fahrt ins Blaue
Einsiedeln	nach Nesslau
Erstfeld	Fahrt ins Blaue
Gerlafingen	nach den Borromeischen Inseln
Kreuzlingen	auf Rigi-Kulm
Lenzburg	mit dem Roten Pfeil nach dem Bodensee
Liestal	nach Montreux-Vevey
Malleray	nach dem Lac de Joux und dem Léman
Muhen	über Brünig–Grimsel–Furka
Papiermühle	Reise über den Thuner- und Brienzersee nach Brienz aus Anlass des 50jährigen Bestehens
Reiden	Fahrt ins Blaue
Reinach-Menziken	nach Lugano
Romanshorn	in den Neuenburger Jura
	Ausflug nach Kloten/Winterthur

St-Maurice	nach Basel
Steg-Fischenthal	nach Arosa
Tavannes	nach dem Lac de Joux und dem Léman

Unterhaltende Veranstaltungen

Basel	Sondervorstellung von Hofmannsthals «Jedermann»
Bern	Sondervorstellung der Operette «Veronika»
Langenthal	Heidi-Bühne
Luzern	Operette «Glückliche Reise»
Neuenegg	Heidi-Bühne
Solothurn	Heidi-Bühne
Zürich	Klavierabend (Liszt und Chopin) mit dem Pianisten Rudolf Firkusny
	Schubert-Abend mit dem Sänger Axel Schiötz
	Extravorstellung der grossen Jubiläumsrevue «Zehn Jahre Roller-Follies».

Arbeitsmarkt

Nachfrage

Wir suchen auf 1. Oktober 1952 tüchtige **Verkäuferin** mit guten Kenntnissen auch in Schuh- und Manufakturwaren, für unsern Hauptladen. Umsatz ca. 340 000 Fr. Freier Halbtag. Offerten mit Photo, Referenzen und Gehaltsansprüchen an die Konsumgenossenschaft Zollikofen und Umgebung.

Konsumverein in der Ostschweiz sucht jungen, tüchtigen und zuverlässigen **Bäcker-Konditor** als Chauffeur und Mithilfe im Magazin und in der Bäckerei. Handschriftliche Offerten mit Zeugniskopien, Photo und Gehaltsansprüchen sind zu richten unter Chiffre 1.10/62 an Annoncenagentur R.-C. Mordasini, rue du Marché 18, Genf.

Konsumverein im Kanton Bern sucht auf 1. Oktober **erste Verkäuferin.** Besondere Branchenkenntnisse in der Manufakturwaren-, Haushaltungsartikel- und Schuhwarenbranche sowie in Lebensmitteln unerlässlich. Französische Sprachkenntnisse erforderlich. Freihalbtag und Sozialleistungen geregelt. Gutausgewiesene Verkäuferinnen wollen ihre Offerte mit Zeugniskopien, Photo und Angabe der Lohnansprüche richten unter Chiffre 1.10/63 an die Annoncenagentur R.-C. Mordasini, rue du Marché 18, Genf.

Wir suchen zu baldmöglichem Eintritt (September): **Erfahrene Schuhverkäuferin als Leiterin** eines mittelgrossen, neuzeitlich eingerichteten Ladens; jüngere, initiative **Verkäuferin** in Textil-Spezialgeschäft; **1 oder 2 Verkäuferinnen** in Lebensmittelfilialen. Branchenkundige Bewerberinnen, deutsch und französisch sprechend, belieben ihre Offerten mit Zeugniskopien einzureichen an die Verwaltung der Allgemeinen Konsumgenossenschaft Grenchen (SO).

Erste Verkäuferin in modern eingerichteten Genossenschaftsladen der Ostschweiz gesucht. Umsatz 320 000 Fr., ausbaufähig. Vertrauensstelle mit grossem Kompetenzbereich und guter Unterstützung. Kenntnisse der Schuh-, Textil-, Haushalt- und Lebensmittelbranche unerlässlich. Italienische Sprachkenntnisse erwünscht. Alter nicht unter 25 Jahren. Es kommen nur Bewerberinnen in Frage, die für eine saubere und fortschrittliche Ladenführung garantieren. Gutbezahlte Dauerstelle, geregelte Freizeit, Ferien, Pensionskasse. Wir sind für freundliches Zimmer und Familienanschluss besorgt. Handschriftliche Offerten mit lückenlosem Lebenslauf, Zeugniskopien, Referenzangaben und Bild richten Sie unter Angabe der Gehaltsansprüche unter Chiffre 1.10/64 an Annoncenagentur R.-C. Mordasini, rue du Marché 18, Genf.

Im gleichen Betrieb findet jüngere, bestausgewiesene **Verkäuferin der Lebensmittelbranche** mit soliden Berufskenntnissen interessante Stelle. Froher Charakter, gute Umgangsformen und absolute Ehrlichkeit. Bei Eignung Fortschrittsmöglichkeit. Gute Lohnverhältnisse, geregelte Freizeit, Ferienanspruch. Offerten mit Lebenslauf, Zeugniskopien und Bild nebst Angabe der Gehaltsansprüche unter Chiffre 1.10/65 an Annoncenagentur R.-C. Mordasini, rue du Marché 18, Genf.

Wir suchen auf 1. September 1952 oder nach Übereinkunft tüchtige **erste Verkäuferin** für einen Gemischtwarenladen. Umsatz 270 000 Fr. Kenntnis der Lebensmittel-, Manufakturwaren-, Haushaltartikel- und Schuhwarenbranche erforderlich. Freier Mittwochnachmittag. Offerten mit Photo, Referenzen und Gehaltsansprüchen sind an die Verwaltung der Konsumgenossenschaft Münchenbuchsee (Bern) zu richten. 30/31

Wir suchen per sofort tüchtige **Verkäuferin** für unsere Haushaltungsartikelabteilung. Kenntnisse in den übrigen Spezialbranchen erwünscht. Anstellungsbedingungen gemäss Gesamtarbeitsvertrag geregelt. Offerten mit Photo und Zeugniskopien sind an die Konsumgenossenschaft Herzogenbuchsee (Bern) zu richten.

Wir suchen auf den 1. September 1952 oder nach Übereinkunft: **1. Verkäuferin** sowie eine **2. Verkäuferin.** Umsatz 400000 Fr. Alter der 1. Verkäuferin nicht unter 25 Jahren. Bewerberinnen, die über genügende Kenntnisse der Lebensmittel-, Textil-, Schuhwaren- und Haushaltartikelbranche verfügen, richten ihre Offerten unter Beilage von Zeugniskopien, Referenzen, Photo und Gehaltsansprüchen an die Verwaltung des Konsumvereins Roggwil (Bern).

Wir suchen per sofort oder nach Übereinkunft tüchtige **1. Verkäuferin** für einen Gemischtwarenladen mit einem Umsatz von 200000 Fr. Grosse Entwicklungsmöglichkeit. Kenntnis der Lebensmittel-, Manufakturwaren-, Haushaltartikel- und Schuhwarenbranche erforderlich. Geregelte Arbeitszeit, freier Mittwochnachmittag, Samstag-Ladenschluss 18 Uhr usw. Offerten mit Photo, Referenzen und Gehaltsansprüchen sind zu richten an die Verwaltung des Konsumvereins Melchnau (Bern).

Konsumgenossenschaft im Kt. Solothurn sucht für ihren modernen Selbstbedienungsladen mit Fr. 650000.– Umsatz **tüchtige erste Verkäuferin,** evtl. **Verkäufer.** Wir verlangen: Gründliche Kenntnisse der Lebensmittelbranche, lange, erfolgreiche Tätigkeit als Verkäuferin, überdurchschnittliche Kraft, gepflegtes Äusseres. Wir bieten: Vorbildliche Honorierung, Pensionskasse, sowie weitere, der heutigen Zeit angepasste soziale Einrichtungen. Verkäuferinnen (oder Verkäufer), nicht unter 25 Jahren, die Freude an selbständigem Arbeiten mit grosser Verantwortung haben und in der Lage sind, einem so grossen Betriebe vorzustehen, wollen Offerte einreichen unter Chiffre 1.10/66 an die Annoncenagentur R.-C. Mordasini, rue du Marché 18, Genf.

Angebot

Tüchtige **Verkäuferin** mit abgeschlossener Manufakturwarenlehre und dreijähriger Praxis in der Lebensmittelbranche sucht passende Stelle in Konsumladen. Offerten sind zu richten unter Chiffre 1.11/59 an die Annoncenagentur R.-C. Mordasini, rue du Marché 18, Genf.

INHALT: Seite

Druckerei und Administration: Basel, St.-Jakobs-Strasse 175, Postfach Basel 2

Inseratenannahme:

Inseratenagentur R.-C. Mordasini, Genf, rue du Marché 18
Telephon (022) 5 10 54
Reklamen Fr. 1.50 per Millimeter bei 83 mm Breite
Kleine Anzeigen 15 Rp. per Wort, Inserate unter Chiffre Fr. 1.— Zuschlag

Insertionstarif:

Annoncen 60 Rp. per Millimeter bei 40 mm Breite